

## ABSTRAK

Pertumbuhan *revenue* yang dihasilkan Prodia sebesar 8.6% tidak sebanding dengan pertumbuhan jumlah *visit* (kunjungan *customer*) Prodia Wilayah Jawa Barat secara gabungan yang mengalami pertumbuhan minus sebesar (6.0%) sedangkan berdasarkan data statistik laju pertumbuhan penduduk di Jawa Barat hampir mendekati 2% maka perlu penelitian lebih lanjut penyebab turunnya jumlah *visit* ke Prodia. Untuk penelitian ini diambil sampling cabang Wastukencana sebagai cabang yang memberi kontribusi terbesar baik *revenue* maupun laba.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk dan proses terhadap keputusan pembelian pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Wastukencana dalam upaya meningkatkan jumlah *visit* dan *revenue*.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengukuran penilaian pelanggan Laboratorium Klinik Prodia Wastukencana terhadap variabel *Products*, *Processes* dan *Purchase Decision*.

Teknik pengambilan sampel melalui *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* yang ditujukan kepada pelanggan Laboratorium Klinik Prodia Wastukencana melalui penyebaran kuesioner melalui online via *whatsapp*, sms, dan secara langsung (*on site*). Jumlah responden sebanyak 200 orang dengan mengisi kuesioner sebanyak 15 pertanyaan yang menyangkut variabel produk, proses, dan *purchase decision*. Data kuesioner diolah menggunakan SPSS dengan analisa data menggunakan *multilinear regression*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa pelanggan menilai setuju terhadap produk yang diberikan Prodia Wastukencana sudah baik dan berkualitas dengan nilai 86.87%, dan pelanggan juga sangat setuju bahwa proses yang dirasakan selama pelanggan melakukan transaksi dengan Prodia Wastukencana sangat mudah dan lancar dengan nilai 89.79%, sedangkan terhadap *purchase decision* pelanggan menilai agak setuju sebesar 67.5% karena dari jumlah test yang dipilih serta frekuensi pemeriksaan masih kurang yaitu 48.1% dan 50.5%. Sedangkan berdasarkan evaluasi pengaruh variabel-variabel terhadap *purchase decision* didapat bahwa variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision* sedangkan variabel proses berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Secara simultan variabel produk dan proses berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase decision* sebesar 33.4%.

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk meningkatkan *visit* Prodia yaitu peningkatan *purchase decision* dari pelanggan maka Laboratorium Klinik Prodia Wastukencana sebaiknya terus meningkatkan kualitas layanan dalam memberikan proses yang cepat, mudah dan tetap menjaga kualitas hasil kepada pelanggan. Di samping itu juga dengan masih kurangnya jumlah test yang dipilih oleh pelanggan maka perlu lebih ditingkatkan edukasi mengenai manfaat yang diberikan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan.

Kata Kunci : Produk, Proses, *Purchase Decision*